

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta dengan menggunakan Subjek penelitian ini yaitu konsumen Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Uma Sekaran (2006), data primer merupakan sumber informasi yang didapatkan peneliti melalui tangan pertama yang berhubungan dengan variabel untuk keperluan khusus studi. Data tersebut bisa langsung diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. Sumber data primer pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan berdasarkan hasil pengisian daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu. Data diperoleh dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) secara langsung kepada konsumen Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Uma Sekaran (2006) populasi merupakan keseluruhan objek yang diteliti seperti kelompok orang atau kejadian yang ingin peneliti lakukan investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan penggunaan jasa ulang terhadap Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. Menurut Uma Sekaran (2006) sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili karakteristik populasi. Untuk penentuan sampel yang dipakai menggunakan teori Ferdinand (2002) yaitu sampel minimum adalah 100-200 dengan jumlah indikator dikali 5-10. Saya tentukan yaitu dengan jumlah indikator dikali 5 sebanyak 130 responden. Jadi ukuran sampel sebanyak 130 responden tersebut sudah dianggap layak.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Dimana metode ini dilakukan dengan adanya kriteria tertentu, kriteria tertentu disini yang akan mendukung syarat dari penelitian ini. Metode *purposive sampling* merupakan metode yang digunakan untuk menentukan kriteria responden yang sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Kriteria yang dimaksud adalah:

1. Responden merupakan konsumen Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta

2. Responden yang pernah menggunakan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta minimal dua kali

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei yang menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Menurut Uma Sekaran (2006) metode survei ini digunakan untuk mengetahui data secara alamiah, tetapi yang dilakukan peneliti dalam perlakuan untuk mengumpulkan data bisa menggunakan kuesioner, test, wawancara dan sebagainya. Daftar pertanyaan bisa diberikan secara langsung oleh penulis kepada responden. Instrumen yang ada pada lembar kuesioner akan digunakan untuk mengukur semua variabel yang akan diteliti didalam penelitian ini.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel : Kualitas Pelayanan (X1)

Definisi : Kualitas Pelayanan merupakan cara untuk mengetahui apa yang menjadi ekspektasi dari konsumen sehingga bisa memaksimalkan dan mengendalikan keinginan konsumen untuk membuat perusahaan menjadi unggul dari perusahaan yang lain.

Indikator :

- a. Kebersihan fasilitas fisik.
- b. Kerapian penampilan karyawan.
- c. Perhatian secara personal oleh karyawan.
- d. Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh.
- e. Menyediakan jasa layanan dengan baik dari awal hingga akhir.
- f. Keakuratan penanganan atau Pengadministrasian catatan/dokumen.
- g. Kesiapan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat.
- h. Kelengkapan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.
- i. Keramahan karyawan dalam memberikan layanan.

Sumber: Cronin & Taylor (1992,1994)

2. Variabel : *Customer Relationship Management (X2)*

Definisi : *Customer Relationship Management* merupakan strategi yang baik untuk tetap dapat menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah ada sebelumnya, karena dapat menekan pengeluaran yang berlebih dan tidak dibutuhkan, serta dapat menarik konsumen yang baru.

Indikator :

- a. Tingkat kemudahan pelanggan mendapatkan informasi melalui media elektronik.

- b. Tingkat penggunaan aplikasi *database* pelanggan.
- c. Tingkat profesionalisme karyawan.
- d. Tingkat pelayanan karyawan.
- e. Tingkat kemampuan karyawan dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
- f. Tingkat kemudahan melakukan transaksi.
- g. Tingkat ketersediaan pelayanan konsumen.
- h. Tingkat penanganan keluhan.
- i. Tingkat hubungan berkelanjutan.
- j. Tingkat pengetahuan perusahaan mengenai data pelanggan.
- k. Tingkat keterlibatan pelanggan.

Sumber: Imasari dan Nursalin (2011)

3. Variabel : Kepuasan Konsumen (Y)

Definisi : Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakannya dengan yang diharapkannya

Indikator :

- a. Tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.
- b. Kesesuaian pelayanan yang ditawarkan dengan harapan konsumen.
- c. Tingkat kepuasan konsumen selama menjalin hubungan dengan perusahaan.

Sumber: Bhaskara, dkk (2014)

4. Variabel : Loyalitas Konsumen (Z)

Definisi : Loyalitas Konsumen adalah kondisi dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap suatu jasa pelayanan, mempunyai komitmen pada jasa tersebut dan bermaksud meneruskan penggunaannya di masa mendatang

Indikator :

- a. Melakukan penggunaan jasa secara berulang.
- b. Merekomendasikan jasa pelayanan kepada orang lain.
- c. Mengajak orang lain untuk menggunakan jasa pelayanan yang sama.

Sumber: Deng, Lu, Wei, dan Zhang (2010)

Untuk mengukur variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dengan model jawaban:

- a. Sangat Puas (SP) dengan skor 5
- b. Puas (P) dengan skor 4
- c. Netral (N) dengan skor 3
- d. Tidak Puas (TP) dengan skor 2
- e. Sangat Tidak Puas (STP) dengan skor 1

F. Uji Kualitas Instrument

1. Validitas

Pengujian validitas ini digunakan untuk mengukur setiap indikator terhadap variabel. Menurut Ghozali (2017) validitas merupakan seberapa pasti sebuah kemampuan skala dalam mengukur konsep yang dimaksudkan. Jadi data bisa dikatakan valid apabila data yang diteliti oleh peneliti tidak berbeda dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas dilakukan dengan cara melihat *output* AMOS yaitu *Probability value* untuk *Regression Weight*. Jika $> 0,5$ maka item bisa dikatakan valid.

2. Reliabilitas

Menurut Ghozali (2017) merupakan suatu pengukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa ukuran tersebut tanpa bias. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur per variabelnya atau untuk menentukan apakah instrumen bisa mengukur sesuatu secara koefisien dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur instrumen yang ada pada penelitian ini yaitu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel apabila masing-masing dari pertanyaan dijawab oleh responden dengan jawaban yang

stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Construct Reliability* dengan rumus :

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Standard Loading})^2}{(\sum \text{Standard Loading})^2 + \sum \varepsilon}$$

Dengan *Cut off Value* untuk *Construct Reliability* minimal 0,7.

G. Hipotesis dan Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk mengubah data menjadi lebih mudah dipahami dengan cara melakukan metode analisis data yang sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang nantinya akan diteliti. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan program AMOS 22.

Ghozali (2017) berpendapat terdapat 7 langkah dalam metode pengujian hipotesis dan analisis data menggunakan SEM, yaitu :

1. Pengembangan model secara teoritik.

Untuk langkah awal dalam melakukan pengembangan model SEM yaitu dengan mencari dan mengembangkan model yang mempunyai justifikasi yang kuat.

2. Pengembangan diagram alur (*Path diagram*) untuk menunjukkan hubungan kausalitas.

Path diagram digunakan untuk mempermudah melihat hubungan tentang kausalitas yang ingin diuji. Biasanya kerja dari peneliti itu konstruk yaitu konsep yang memiliki pijakan yang teoritis yang cukup sehingga bisa menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Konstruk tersebut dibagi menjadi dua yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk eksogen yaitu yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk endogen yaitu faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan dengan konstruk eksogen.

3. Konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan structural dan spesifikasi model pengukuran.

Setelah dilakukan pengembangan teori dan menggambarkan dalam sebuah diagram alur, mulailah melakukan konversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan. Berikut persamaan yang akan dibangun yang terdiri :

Variabel = variabel eksogen # Variabel Endogen # Error

4. Pemilihan matrik input dan teknis estimasi atas model yang dibangun.

Untuk SEM hanya menggunakan dengan adanya matrik Varians atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukannya.

a. Ukuran Sampel

Untuk dapat mengestimasi sampling error ukuran sampel merupakan bagian yang dasar dengan menggunakan model estimasi maximum Likelihood dan minimal diperlukannya 100, serta rekomendasi untuk ukuran sampel berkisar 100-200 dapat memberikan hasil yang stabil.

b. Uji Normalitas Data

Evaluasi normalitas yang dilakukan yaitu dengan menggunakan kriteria *critical ratio skewness* dengan besaran ± 2.58 pada tingkat signifikan 0,01. Dengan pengertian apabila mempunyai distribusi normal jika *critical ratio skewness* dibawah harga mutlak 2.58.

c. Evaluasi *Outlier*

Ghozali (2017) *Outlier* dimana merupakan kondisi observasi yang memiliki karakteristik yang terlihat sangat berbeda dari observasi-observasi lainnya dan meuncul dalam bentuk nilai ekstrim. Baik variabel tunggal maupun kombinasi. Deteksi terhadap *outliers* dengan cara melihat nilai mahalanobis *distance* dibandingkan dengan nilai *chi – square* pada *degree of freedom* (sesuai jumlah indikator) dan $\alpha = 0,001$.

5. Menilai problem identifikasi

Problem identifikasi adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Apabila estimasi yang dilakukan mengalami problem identifikasi, maka sebaiknya yang harus dilakukan dengan cara mengulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

6. Evaluasi kriteria *Goodness – of – fit*

Ketika model sudah sesuai maka dilakukan evaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness-of-fit*. Untuk yang dilakukan pertama kali yaitu dengan mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM seperti ukuran sampel, normalitas dan linearitas, *outliers* dan *multicollinearity* dan *singularity*. Selanjutnya melakukan uji kesesuaian dan uji statistic. Ada beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off valuenya* yang digunakan untuk menguji apakah sebuah model diterima atau ditolak yaitu seperti pada tabel berikut :

Tabel 3. 1
Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut of Value</i>
<i>Significance Probability (p)</i>	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,80$
CMIN/DF	$\leq 2,0$
TLI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$

7. Intepretasi estimasi model

Setelah mengestimasi model, residualnya harus kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians residual harus bersifat simetrik. Model yang baik merupakan model yang memiliki standar residual varian yang kecil. Angka 2.58 merupakan batas nilai standar residual yang dibolehkan untuk diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistis pada tingkat 5% dan menunjukkan adanya prediksi eror substansial untuk sepasang indikator.